

Italia

# Una escalera al cielo

Annette Reuther

DPA

Una noche cálida, disfrutar de un helado y contemplar como transcurre la vida romana. Así es como millones de turistas se imaginan

la escalinata de la plaza de España de Roma. Pero ya hacia tiempo que los escalones más famosos de la capital italiana estaban sucios y habían perdido el glamour de la "Dolce Vita".

Tras meses de restauración, hace unas semanas se reabrió uno de los lugares más emblemáticos de

Roma. Y lo hizo acompañado del debate surgido por la exigencia de cerrar la escalera por la noche. La petición de cerrar el monumento partió de la firma de lujo Bulgari.

En principio se trataría de evitar que los turistas y locales que pasan por el lugar por las noches, más o menos borrachos, vuelvan a en-

suciar la escalinata diseñada por Francesco De Sanctis en el siglo XIX.

En la Plaza de España ya se han registrado episodios de vandalismo más graves. La Fontana della Barcaccia, diseñada por Pietro Bernini y situada a los pies de la escalinata, resultó gravemente dañada hace un año y medio por "hooligans" holandeses. "Sencillamente la gente no tiene educación", afirma un policía que observa a la gente en la zona.

## Un valioso y frágil monumento

Pero tras el debate actual hay otra cuestión, ya que Bulgari destinó 1,5 millones de euros a la renovación de la escalinata que ahora quiere cerrar al público por las noches. "La escalinata es un valioso y frágil monumento, como muchos otros en Roma y en Italia", afirmó el director de la firma, Paolo Bulgari, en declaraciones a "La Repubblica". "No se puede permitir que una vez que están limpios se vuelvan a convertir en una cloaca a cielo abierto. No se pueden dejar en manos de bárbaros que comen y beben allí y los ensucian", añadió.

Pero no todo el mundo comparte esa opinión. "No me parece bien que se cierre, ni como romana ni como ciudadana del mundo", dijo en declaraciones la historiadora del arte Eliana Billi, de la Universidad de Roma La Sapienza. La es-

calinata es un monumento con una "función histórica", conectar la plaza de España con la iglesia de Trinità dei Monti, señaló. "Cada vez que se cierra se hace un monumento para protegerlo se hace costa de ceder parte de su naturaleza como patrimonio cultural".

Sobre la polémica planea la preocupación de que los patrocinadores privados que han contribuido a la restauración quieran tener más derecho a decidir. En Italia se ha convertido en una práctica normal el patrocinio privado de las restauraciones, sin el cual muchos monumentos no podrían haber sido renovados. La firma de moda Fendi aportó por ejemplo 2,2 millones de euros (2,4 millones de dólares) para la restauración de la Fontana di Trevi y a cambio contó con un enorme espacio publicitario en una de las plazas más visitadas de la ciudad.

Además, Fendi pudo organizar un desfile en el que las modelos caminaron por una pasarela transparente sobre el agua de la fuente. Otro ejemplo es el de la restauración del Coliseo, para la que el fabricante de zapatos Tod's desembolsó 25 millones de euros, una cantidad difícil de reunir con la venta de entradas de la principal atracción turística de Italia. Mientras, en Venecia, el puente de Rialto fue renovado gracias a la aportación del empresario Renzo Rosso, propietario, entre otros, de la marca de jeans Diesel.



Icono romano. La escalinata de la plaza de España es visitada por millones de turistas que visitan la capital italiana.